

SPIN Selling – Verkauf von erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen

Nach wie vor gehen viele Verkäuferinnen und Verkäufer bei der Generierung von neuen Projekten nach der klassischen Bestandsanalyse vor. Ganz nach dem viel gehörten Motto: „Der Kunde muss mir sagen, was er braucht“! Damit wird aber übersehen, dass man die potentiellen Projektchancen erheblich verkleinert. Man greift als Verkäuferin / als Verkäufer erst dann in das Geschehen ein, wenn ein konkretes Projekt im Vertriebsprozess schon recht weit fortgeschritten ist. Damit wird man automatisch zum „Preislieferanten“ degradiert, statt als kompetente Beraterin / kompetenter Berater wahrgenommen zu werden.

Die SPIN Methode ermöglicht Ihnen:

1. Eine andere Sichtweise auf Ihren potentiellen Kunden / Projekte. Was treibt unseren Kunden an? Was macht ihn erfolgreich?
2. Es werden gezielte „verkaufsuntypische“ Fragen gestellt, die dem Kunden vermitteln, dass sich ernsthaft und glaubwürdig für sein „zu lösendes Problem“ interessiert wird.
3. Der Kunde führt sich mittels dieser Methodik selbst vor Augen „was passiert, wenn nichts passiert“.
4. Am Ende des Gesprächs erkennt der Kunde selbst die Lösung des Problems, dass die Verkäuferin / der Verkäufer mit dem kundenspezifischen Nutzen beschreibt.

Inhalte

- Der Verkaufs- / Kundenentwicklungsprozess
- Grundlagen der Vertriebskommunikation
- Das Vertriebsgespräch anhand der SPIN Methode
- Die Erarbeitung von individuellen Kundennutzen
- Der SPIN initiierte Beschaffungsprozess des Kunden
- Professioneller Umgang mit Einwänden

Zielgruppe

Vertriebsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter, die erklärungsbedürfte Produkte / Dienstleistungen verkaufen

Methoden

Moderne Lernmethoden, Mischung aus Theorie (Input) und Praxis, Trainings im praxisorientierten Workshop-Charakter, Arbeiten im Team, Präsentation, Feedback etc.